

Торайғыров университетінің
ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛЫ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Торайғыров университета

Торайғыров университетінің ХАБАРШЫСЫ

Экономикалық сериясы
1997 жылдан бастап шығады



ВЕСТНИК

Торайғыров университетта

экономическая серия
Издается с 1997 года

ISSN 2710-3552

№ 4 (2023)

Павлодар

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Торайгыров университета

Экономическая серия
выходит 4 раза в год

СВИДЕТЕЛЬСТВО

о постановке на переучет периодического печатного издания,
информационного агентства и сетевого издания
№ KZ93VPY00029686

выдано
Министерством информации и коммуникаций
Республики Казахстан

Тематическая направленность
публикация материалов в области экономики, управления,
финансов, бухгалтерского учета и аудита

Подписной индекс – 76133

<https://doi.org/10.48081/ZRPO6395>

Бас редакторы – главный редактор

Нургалиева А. А.

к.э.н., ассоц. профессор

Заместитель главного редактора
Ответственный секретарь

Гребнев Л. С., *д.э.н., профессор*
Шеримова Н. М., *магистр*

Редакция алқасы – Редакционная коллегия

Шмарловская Г. А.,	<i>д.э.н., профессор (Беларусь);</i>
Кунызов Е. К.,	<i>доктор PhD, доцент;</i>
Алмаз Тольымбек,	<i>доктор PhD, профессор (США);</i>
Мукина Г. С.,	<i>доктор PhD, доцент;</i>
Алтайбаева Ж. К.,	<i>к.э.н., доцент;</i>
Мусина А. Ж.,	<i>к.э.н., доцент;</i>
Титков А. А.,	<i>к.э.н., доцент;</i>
Омарова А. Р.	<i>(технический редактор).</i>

За достоверность материалов и рекламы ответственность несут авторы и рекламодатели
Редакция оставляет за собой право на отклонение материалов
При использовании материалов журнала ссылка на «Вестник Торайгыров университета» обязательна

***Д. А. Рахметова¹, А. А. Нурғалиева², Г. С. Мукина³,
Г. К. Байбашева⁴, Н. М. Шеримова⁵**

^{1,2,3}Торайғыров университеті, Қазақстан Республикасы, Павлодар қ

^{4,5}Астана халықаралық университеті, Қазақстан Республикасы, Астана қ

e-mail: d.life.d@mail.ru

ТУРИСТІК БИЗНЕС-ҚЫЗМЕТТЕРДІҢ ДАМУЫН ТҮСІНУДІҢ ҚАЗІРГІ ТЕОРИЯЛАРЫ МЕН ПРАКТИКАЛЫҚ ӘДІСТЕРІ

Мақалада туристік бизнес қызметінің дамуын талдау және түсіну үшін қолданылатын заманауи теориялар мен практикалық әдістер қарастырылады. Авторлар оның динамикасы мен тиімділігіне әсер ететін негізгі факторларды көрсете отырып, осы саланы зерттеудің қазіргі тәсілдерін атап көрсетеді. Мақалада туризм индустриясының дамуын түсіндіру және болжау үшін қолданылатын заманауи теориялар талданады. Бұл мақаланың мақсаты туристік бизнес қызметінің дамуын талдау және түсіну үшін қолданылатын заманауи теориялар мен әдістерді қарастыру болып табылады. Авторлар сандық технологиялардың әсері, қоршаған ортаны қорғау мәселелері және тұтынушылардың қалауларының өзгеруі сияқты туризм индустриясындағы кәсіпкерлер мен менеджерлер алдында тұрған заманауи қиындықтар мен тенденцияларды ұсынады. Цифрлық технологиялар туристік бизнестің дамуына көбірек әсер етуде. Туристер туристік сапарларды жоспарлау және брондау үшін сандық технологияларды көбірек пайдаланады. Бұл үрдістер туристік бизнестен бизнесті дамытудың жаңа стратегиялары мен әдістерін әзірлеуді талап етеді. Туристік бизнес қызметтерін талдау негізінде авторлар туризм және қонақжайлылық саласындағы мамандарға, сондай-ақ осы тақырыпқа қызығушылық танытқан зерттеушілерге пайдалы болуы мүмкін ұсыныстар мен қорытындыларды ұсынады. Мақалада туристік бизнес қызметтерінің тез өзгертін ортасын түсінуге және бейімделуге көмектесетін қазіргі теориялар мен әдістердің құнды шолуы берілген.

Кілтті сөздер: теориялар, әдістер, бизнес-қызметтер, туризм, қиындықтар, тенденциялар

Кіріспе

Қазіргі әлемде туризм индустриясы экономиканың ең серпінді дамып келе жатқан және бәсекеге қабілетті секторларының бірі болып қала береді. Ұтқырлықтың артуы, ақпаратқа қолжетімділік және тұтынушылық қалаулардың өзгеруі арқасында туризм мен қонақжайлылық дүние жүзіндегі миллиондаған саяхатшыларды тартуды жалғастыруда. Бұл тұрғыда өзгермелі ортаны түсіну және бейімделу туристік кәсіпорындар мен ұйымдар үшін маңызды аспектілерге айналады. Технологияның дамуы мен тұтынушылар психологиясының өзгеруіне байланысты туристік қызметтерді көрсетудегі стандартты тәсілдер енді саяхатшылардың заманауи үміттерін қанағаттандыра алмайды. Бұл тұтынушылардың қажеттіліктері мен тілектерін қанағаттандыру үшін туристік бизнес қызметтерін үнемі талдау және бейімдеу қажеттілігін тудырады. Цифрлық технологиялар туристік бизнестің дамуына көбірек әсер етуде. Туристер туристік сапарларды жоспарлау және брондау үшін сандық технологияларды көбірек пайдаланады. Бұл үрдістер туристік бизнестен бизнесті дамытудың жаңа стратегиялары мен әдістерін әзірлеуді талап етеді.

Туристік іскерлік қызметтер көптеген ұсыныстарды қамтиды, соның ішінде қонақүйде тұру, көлік қызметтері, гидтер мен экскурсиялар, мейрамхана қызметтері, сондай-ақ туристік саяхат процесінің құрамдас басқа да аспектілері. Осы саланың әртүрлілігі мен динамикасын ескере отырып, туристік бизнес қызметтерін талдау мен оңтайландырудың заманауи теориялары мен практикалық әдістерін әзірлеу кезек күттірмейтін міндетке айналады. Авторлар туристік кәсіпорындарды тиімді басқарудың негізінде жатқан негізгі ұғымдарға және бұл ұғымдардың практикалық жағдайларда қолданылуына назар аударады. Бұл зерттеу туризмді басқару саласына маңызды үлес болады және туристік бизнес қызметтерінің серпінді сипатын жақсырақ түсінуге ықпал етеді.

Туризм дүние жүзіндегі елдердің әлеуметтік дамуында үлкен рөл атқарады. Ал ішкі және келу туризмі бағдарламаларынсыз туристік қызметтің тиімділігі төмен болады. Сондықтан қазіргі таңда Қазақстан Республикасының келу және ішкі туризмін дамытудың 2019–2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы әзірленіп, мамандардың талқылауында. Экотуризм және емдеу туризмі туризмнің негізгі басым бағыттарының бірі болып табылады. Туризмнің теориясы мен тәжірибесінде бұл салалар

Қазақстанда енді ғана дами бастады және басқа түрлері мен бағыттарын ынталандыру мүмкіндігіне ие [1].

Туристік бизнестің дамуын түсіндіретін көптеген теориялар бар. Ең танымал теорияларға сұраныс, ұсыныс және жүйелер теориялары жатады. Сұраныс теориясы бойынша туристік бизнестің дамуы туристік қызметке сұраныспен анықталады. Туристік қызметтерге сұраныс табыс деңгейі, өмір сүру деңгейі, тұтынушылардың қалауы және т.б. сияқты факторларға байланысты. Туристік қызметтерді ұсыну табиғи және мәдени ресурстардың болуы, инфрақұрылымның дамуы және т.б. сияқты факторларға байланысты. Жүйелік теорияға сәйкес туристік бизнестің дамуы әртүрлі факторлардың өзара әрекеттесуіне байланысты күрделі процесс, мысалы, экономика, әлеуметтік сала, экология және т.б.

Тұтынушылардың қалауларының өзгеруін түсіндіретін теориялардан салалық трендтерді болжау әдістеріне дейін авторлар қазіргі туристік бизнестің негізгі аспектілеріне кең шолу жасайды. Авторлар жетекші компаниялардың мысалдарын және олардың бәсекеге қабілетті болып қалуға мүмкіндік беретін практикалық шешімдерін қарастырады. Келесі кезекте авторлар туризм индустриясында қолданылатын заманауи құралдар мен технологияларды, олардың бизнес-процестер мен тұтынушылар тәжірибесіне әсерін талдауға кіріседі. Қорытындылай келе, авторлар тұрақты өзгеру жағдайында туризм индустриясының даму перспективаларын қорытындылайды және талқылайды. Қазіргі заманғы теориялар мен әдістер туристік бизнестің бейімделуінде және өсуінде маңызды рөл атқарады және оларды түсіну осы динамикалық салада табысты болашақтың кепілі болып табылады.

Соңғы екі-үш онжылдықта кәсіпкерлік пен шағын бизнесті жаңа дамудың генераторы ретінде технологиялық өзгерістердің негізгі көзі және жаңа жұмыс орындарын құру әлеуметтік-экономикалық тұрақтылықты сақтаудың негізгі факторы ретінде қарастыруға болатынын теория да, практика да анық дәлелдеп берді [2]. Туризм бүгінде өте тиімді кәсіп. Бүкіл мемлекеттер қазір азды-көпті деңгейде осында өмір сүреді. Туризмді жақсарту жергілікті өзін-өзі басқарудың елеулі қолдауымен ғана мүмкін болады. Қалыптасқан әлемдік тәжірибе көрсеткендей, туризм инфрақұрылымын дамыту іс жүзінде билік алдында тұрған негізгі міндеттерді – салық төлеушілер санын арттыру және жаңа жұмыс орындарын ашуды шешеді. Туризмге қолайлы жерлер жасамайынша бұл саланы өзгерту мүмкін емес [3].

Қазіргі жағдайда туризм барлық елдерде дерлік дамудың басым бағыты болып саналады, өйткені ол табиғи ресурстарды сарқылтпай, жасалған қосымша құнды ұлғайтуға, жаңа жұмыс орындарын құруға және халықтың өмір сүру деңгейін арттыруға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, туризмнің

дамуы экономиканың басқа салаларының: құрылыс, сауда, өнеркәсіп, байланыс және т.б. даму көзіне айналуы мүмкін [4].

Қазақстан экономикасының бәсекеге қабілеттілігін арттыру және шикізатқа дәстүрлі бағытталудан бас тарту мақсатында туризм саласы дамудың басым саласы ретінде айқындалды. Қазақстандық туризмді дамытудағы маңызды мәселелердің бірі – қазақстандық туристік қызметтердің бәсекеге қабілеттілігінің жоқтығы. Осыған байланысты қазақстандық туристік өнімнің бәсекеге қабілеттілігінің теориясы мен тәжірибесінің мәселелері, дұрыс маркетингтік стратегияларды таңдау Қазақстан туризмі дамуының қазіргі кезеңі және оның әлемдік экономикалық кеңістікке интеграциялануы жағдайында өмірлік маңызды болып табылады [5]. Экономиканы дамыту мақсатында туристік кластерді қалыптастыру мәдени-тарихи әлеуетті дамыту үшін, тарихи және сәулет ескерткіштерін ЮНЕСКО-ның мәдени мұра тізіміне одан әрі енгізу, өскелең ұрпақ үшін тәрбиелік мәні бар [6].

Жаһандық туристік нарықтағы қатаң бәсекелестік, энергия бағасының үздіксіз өсуі және тұрақты жаһандық экономикалық дағдарыс бүкіл ел экономикасының, соның ішінде туризм секторының, ақпараттық қамтамасыз етудегі инновациялық технологиялардың, маркетингтің, қонақжайлылық индустриясындағы кадрлармен қамтамасыз етудің ауысуын туғызуда. т.б. Дегенмен, үлкен туристік ресурстарға ие Қазақстанда туризм өз әлеуетіне сай даму деңгейіне әлі жеткен жоқ [7].

Көптеген елдерде туризмнің рөлі мен маңызы ауылдық аумақтарды дамыту барысында дәлелденіп, дүниежүзілік туристік жүйедегі үлесі жылдан-жылға артып келеді. Туризм түрлерінің ішінде ауыл туризмі ең үлкен және маңызды болып табылады. Туризмнің бұл түрі арқылы ауылдың әртүрлі мәселелерін шешуге болады, мысалы, халықты жұмыспен қамту, олардың табысын арттыру, ауыл инфрақұрылымын және нарығын дамыту, бүкіл аймақ экономикасының қарқынды өсуі және т.б. Туризм ауыл шаруашылығы, жергілікті өнім және қолөнер сияқты басқа да экономикалық қызметтердің дамуын ынталандырып, кірісті арттыруға көмектеседі. Бүгінгі таңда дамыған елдердің тәжірибесіне сүйене отырып, ауыл туризмі экономиканың тұрақты дамуына ықпал ететін басым бағыттардың бірі болып табылады. Дүние жүзі елдерінің алдында тұрған мәселелердің қатарында тұрақты даму мақсаттарына қол жеткізу мәселесі де бар. Тұрақты даму мақсаттары кедей, орташа және дамыған елдер үшін де маңызды. Олар біздің планетамыздың әл-ауқатын жақсартуға және қорғауға бағытталған [8].

Еліміздің бай табиғатын, бірегей тарихи ескерткіштер мен киелі орындардың болуын ескере отырып, ұсынылатын бағыттардың тізімі

алуан түрлі және қызмет көрсету ауқымы, клиенттердің дағдылары мен құны бойынша сараланады. Қазақстанның әр аймағында сіз ең талапшыл саяхатшының да қалауын қанағаттандыратын туристік ұсынысты таба аласыз. Бірақ, соған қарамастан, жоғарыда келтірілген статистикаға сүйенсек, елдегі туристік компаниялардың көпшілігі туристерді «шығаруға» бағытталған, өйткені Қазақстанға келетін туристер ағыны әлі де аз. Әрине, 2011 жылғы Қысқы Азия ойындары, 2017 жылғы Қысқы Универсиада, ЕХРО-2017 Дүниежүзілік көрмесі сияқты ірі жаһандық іс-шаралар өткізілген жылдар ерекшелік болып табылады [9].

Соңғы кездері бүкіл әлемде туристік бағыт ретінде Қазақстанға қызығушылық айтарлықтай артты, соған сәйкес саяхатшыларды көбірек тарту мақсатында жергілікті туроператорлар көрсететін туристік қызметтердің ауқымы жыл сайын артып келеді. Бүгінгі таңда Қазақстан барлық дерлік қолданыстағы туристік түрлерін ұсынады. туризм – танымдық, ойын-сауық, этникалық, экологиялық және т.б. Қазақстан бойынша туристерге ұсынылатын көптеген маршруттар бар. Оңтүстік даласының қолайлы оазистерінде көшпелі және отырықшы өркениеттердің тоғысқан жерінде дүние жүзіндегі ең көне қалалар болған. Мұнда ғасырлар бойы Қытайдан Таяу Шығыс пен Еуропа елдеріне апаратын көне керуен жолдарының жүйесі өткен. Осындай қызығушылықтың артуы мен туристік өнімдердің алуан түрлілігі Қазақстанды барған сайын тартымды туристік бағытқа айналдырады [10].

Туризмге және COVID-19-ға қатысты өсіп келе жатқан талқылаулар мен зерттеулерде пандемияны трансформация мүмкіндігі ретінде қарастыру және пайдалану үшін туризм индустриясы қалпына келіп қана қоймай, сонымен қатар туризмнің келесі кезеңін қайта қарап, қайта елестетуі керек деген консенсус бар. Сонымен қатар, осындай ауқымдағы COVID-19-ның өзара байланысты әлеуметтік-мәдени, экономикалық, психологиялық және саяси салдарына байланысты үйренген үрдістерден гөрі күтпеген даму траекториялары күтіледі және туризмді дамытудың «ескі» үлгілері жұмыс істемеуі мүмкін. Сонымен қатар, туристік индустрияның қалай үйренуге болатыны туралы жинақталған білімді және тиімді пайдалануды негізінен үйренгені туралы көптеген дәлелдер бар: қалпына келтіру және дағдарысқа қарсы әрекет ету стратегияларын әзірлеу және енгізу; болашақ дағдарыстарға төзімділікті қалыптастыру [11].

Заманауи теориялар мен практикалық әдістерді пайдалану туристік кәсіпорындарға туристік бизнестің дамуын жақсы түсінуге және тиімді даму стратегияларын әзірлеуге мүмкіндік береді.

Туристiк бизнесте қолданылатын заманауи теориялар мен практикалық әдiстер туралы ақпаратты толығырақ талдау және ұсыну үшiн келесi кестелiк құрылымды жасауға болады:

Туризм индустриясы осы саладағы кәсiпкерлер мен менеджерлерге айтарлықтай әсер ететiн бiрқатар заманауи қиындықтар мен тенденцияларға тап болады (1-кесте). Мiне, олардың бiрнешеуi:

1 Цифрлық технологиялардың әсерi және экологиялық мәселелер. Смартфондардың өсуiмен және интернеттiң қолжетiмдiлiгiмен сандық технологиялар саяхатшылардың сапарларын жоспарлау тәсiлiн өзгертедi. Онлайн брондау, туристiк агрегаторлар, туристiк сайттардың рейтингтерi мен шолулары бизнес үшiн маңызды болды және жаңа технологиялық талаптарға бейiмделудi талап етедi. Тұрақты туризмге ұмтылу және климаттың өзгеруiне қарсы күрес туризм индустриясына қысымды арттыруда. Компаниялар өз қызметiнiң қоршаған ортаға әсерiн азайту, экологиялық таза тәжiрибелердi енгiзу және тұтынушылардың экологиялық үмiттерiн қанағаттандыру үшiн қиындықтарға тап болады.

2 Тұтынушылардың қалауын өзгерту, заңнама мен реттеу. Қазiргi туристер жеке және бiрегей тәжiрибенi көбiрек ұнатады. Бұл бизнес тұтынушылардың қажеттiлiктерiне көбiрек жауап беруi, әртүрлi және инновациялық опцияларды ұсынуы және тұтынушылардың қалауын түсiну үшiн деректер талдауын пайдалануы керек дегендi бiлдiредi. Дүние жүзiндегi үкiметтер виза ережелерi, қауiпсiздiк және салықтар сияқты жаңа саяхат ережелерi мен шектеулерiн енгiзуде. Бұл кәсiпкерлер мен менеджерлердiң қызметiне әсер етуi мүмкiн және жаңа заң талаптарын сақтауды талап етедi.

3 Бәсекелестiк және баға қысымы, геосаяси, мәдени және экономикалық факторлар. Туризм индустриясы өте бәсекеге қабiлеттi және кәсiпкерлер бағаны төмендету және қызмет көрсету сапасын арттыру үшiн жиi қысымға тап болады. Бұл бәсекелестерден ерекшелену үшiн тұрақты даму мен инновацияны қажет етедi. Саяси дағдарыстар, пандемия және экономикалық құлдырау сияқты әлемдiк оқиғалар туризмге үлкен әсер етуi мүмкiн. Кәсiпкерлер жаһандық ортадағы өзгерiстерге бейiмделуге дайын болуы керек. Туризм көбiнесе әртүрлi мәдениеттермен және көпмәдениеттi аспектiлермен өзара әрекеттесудi қамтиды. Бұл мәдени айырмашылықтарды құрметтеудi және әртүрлi тұтынушылар топтарына қызмет көрсетуде икемдiлiктi талап етедi.

Кесте 1 – Туристік индустриядағы қиындықтар мен тенденциялар, олардың бизнеске әсері, оларды жеңу стратегиялары мен тәсілдері, сондай-ақ табысты жүзеге асыру мысалдары туралы ақпарат

Қиындықтар мен тенденциялар	Қиындық немесе трендтің сипаттамасы	Бизнеске әсер ету	Стратегиялар мен тәсілдер	Практикалық іске асыру мысалдары
Цифрлық технологиялар	Интернеттің, мобильді қосымшалардың, әлеуметтік медианың және цифрлық маркетингтің туризмге әсері	Жаңа маркетинг және брондау мүмкіндіктерін жасау, бірақ бәсекені арттыру	Онлайн сатылымдарға инвестициялау, веб-сайттар мен мобильді қосымшаларды жақсарту және аналитиканы пайдалану.	Airbnb, Booking.com, TripAdvisor
Экологиялық мәселелер	Тұрақты туризмге, көміртегі іздерін азайтуға және табиғатты қорғауға көбірек көңіл бөлу	Қатаң тұрақтылық стандарттары мен қымбаттау шығындарына қойылатын талаптар.	Тұрақты даму тәжірибесін енгізу, қалдықтарды азайту, экологиялық бастамаларға қатысу	Тұрақтылық сертификаты бар экокурорттар, қонақ үйлер
Тұтынушының қалауын өзгерту	Туристік күтудегі өзгерістер, соның ішінде жекелендірілген және шынайы тәжірибе	Тұтынушының жаңа үміттерін қанағаттандыру үшін өнімдер мен қызметтерді бейімдеуді талап етеді	Тәжірибені жекелендіру, шынайы және бірегей сәттерді қамтамасыз ету, тұтынушылармен белсенді байланыс орнату	Жергілікті мәдениет пен табиғатқа назар аударатын турлар ұйымдастыру

1-кестедегі деректерден көрініп тұрғандай, туризм индустриясында табысты болу үшін кәсіпкерлер мен менеджерлер үнемі осы сын-қатерлер мен тенденцияларға бейімделіп, инновациялық стратегияларды жасап, тұтынушылардың сұраныстары мен әлемдік саясат пен экономикадағы өзгерістерді бақылап отыруы керек.

Тәжірибелік мысал тұтынушылардың қанағаттану теориясының артықшылықтары мен кемшіліктерін көрсете алады.

Заманауи теориялар мен әдістердің туризм индустриясының дамуында маңызды рөл атқаратынын, оны тиімдірек, тұрақты және бәсекеге қабілетті ететінін көрсетеді. Кестедегі әрбір жол теорияға немесе әдіске сәйкес келетін нақты тақырып туралы ақпарат береді. , қысқаша сипаттамасы,

туризм индустриясында қолдану әдістері және осы тәсілді сәтті қолданатын компаниялардың мысалдары.

Туризм статистикасын пайдалану Қазақстандағы туризм индустриясының қазіргі жағдайын талдаудың міндетті шарты болып табылады. Мұндай деректер туристер саны, туристік табыс және т.б. сияқты туризм дамуының сандық көрсеткіштерін бағалауға, сондай-ақ саланың даму тенденциялары мен заңдылықтарын анықтауға мүмкіндік береді. Туризм Қазақстан экономикасының маңызды саласы болып табылады. Еліміздің жалпы ішкі өніміне қомақты үлес қосып отырған Қазақстан 2022 жылы Қазақстанға келетін туристер саны 2021 жылмен салыстырғанда 30 %-ға өсті.

Қазақстандық туризмнің негізгі нарықтары – Ресей, Қытай және Өзбекстан. Қазақстандағы туризмнің ең танымал түрлері – сауықтыру, мәдени-танымдық және сауықтыру. Қазақстандағы туристер үшін ең танымал саяхат түрлері – автомобиль және әуе.

Туризмнен түскен табыстың статистикасы туризмнің Қазақстан экономикасына қосқан үлесін бағалауға мүмкіндік береді. (4-кесте).

Кесте 2 – 2022 жылғы Қазақстандағы туристік табыстың статистикасы

Индекс	Мағынасы
Туризмнен жалпы табыс	1,2 млрд АҚШ доллары
Шетелдік туристер үлесі	52 %
Отандық туристердің үлесі	48 %
Негізгі табыс көздері	қонақ үй өнеркәсібі (40 %), көлік (30 %), сауда (20 %)

2-кестедегі мәліметтерді туризм саласындағы мемлекеттік саясаттың тиімділігін бағалау үшін, сондай-ақ саланың дамуын жоспарлау үшін пайдалануға болады.

Бұл деректерден басқа, Қазақстандағы туризм индустриясының қазіргі жағдайын талдау үшін басқа да статистикалық мәліметтерді пайдалануға болады, мысалы, туризм инфрақұрылымының дамуы, туристік нысандардың саны және т.б.

SWOT талдау ұйымға, жобаға немесе салаға әсер ететін күшті, әлсіз жақтарды, мүмкіндіктер мен қауіптерді талдау үшін қолданылатын стратегиялық құрал болып табылады (4-кесте).

Кесте 3 – Туризм саласының SWOT талдауы

Аспект	Мықты жақтары	Әлсіз жақтары	Мүмкіндіктер	Қауіп-қатер
Мәдени мұра және табиғи сұлулық	Өмір туристерді қызықтыратын мәдени көрікті жерлерге және табиғи сұлулыққа бай.	Туристік тәжірибелердің әртүрлілігін шектейтін атақты көрікті жерлер мен табиғи ерекшеліктердің шектеулі саны.	Аз танымал сайттарды танымал ету үшін экскурсиялық бағдарламалар мен маршруттарды әзірлеу.	Туризмге байланысты қоршаған ортаның ықтимал нашарлауы немесе мәдени құндылықтардың жоғалуы.
Инфра құрылым	Туристердің жайлы тұруын қамтамасыз ету үшін жоғары сапалы қонақүйлердің, мейрамханалардың және көлік құралдарының болуы.	Ескірген инфрақұрылым және тұру мен тамақтандыру нұсқаларының жоқтығы.	Жаңа технологияларды енгізу және қолданыстағы инфрақұрылымды жаңарту	Сапалы инфрақұрылымды қолдау үшін операциялық шығындар
Бәсекеге қабілеттілік	Әлемдік туристік нарықта бәсекеге қабілетті.	Өңірдің тартымдылығын шектейтін маркетингпен дамуға инвестицияның жеткіліксіздігі.	Бәсекеге қабілеттілікті арттыру үшін жергілікті кәсіпорындармен серіктестік және ынтымақтастық.	Басқа аймақтармен және елдермен бәсекелестік салдарынан нарық үлесін жоғалту.
Жаңа өнімдер мен қызметтерді әзірлеу	Эксклюзивті турлар мен белсенді демалыстар сияқты жаңа туристік өнімдер мен қызметтерді ұсыну мүмкіндігі	Ұсынылатын қызметтердегі инновациялардың және әртүрліліктің болмауы.	Нарықты зерттеу және жаңа өнімдер мен қызметтерді енгізу	Жаңа өнімдер мен қызметтерге сұраныстың төмен болу қаупі.

3-кестедегі деректер SWOT талдауы саланың ағымдағы жағдайын анықтауға және оның бәсекеге қабілеттілігін арттыру стратегияларын әзірлеуге көмектесетінін көрсетеді. Егер SWOT талдауы бизнестің күшті жақтарын анықтаса, онда стратегия солардың барынша тиімді болуын қамтуы мүмкін. күшті жақтары. Мысалы, егер компанияның көрнекті бренді болса, ол сол брендке баса назар аударатын және көбірек тұтынушыларды тартатын маркетингтік стратегияны жасай алады. Күшті жақтарды жақсарту қызмет сапасын жақсарту үшін қызметкерлерді оқытуға инвестициялауды қамтуы мүмкін. Әлсіз жақтары үшін стратегия сол әлсіз жақтарды жоюға күш салуды қамтуы мүмкін. Мысалы, егер компания тұтынушыларға қызмет көрсетумен күресіп жатса, ол қызметкерлерді оқытуды жүзеге асыра алады және қызмет көрсету процестерін жақсарта алады. Сондай-ақ өзінің әлсіз жақтарының орнын толтыру үшін басқа компаниялармен серіктестік орнатуды қарастырған жөн. Егер SWOT талдау перспективалы мүмкіндіктерді анықтаса, стратегия оларды пайдалануды барынша арттыру

жоспарларын қамтуы мүмкін. Мысалы, егер туристік қызметтер үшін жаңа нарықтар ашылса, компания сол аймақтардан тұтынушыларды тартуға бағытталған маркетингтік кампанияны әзірлеуі мүмкін. Жаңа нарық қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін өнім желісін немесе қызметті кеңейту де стратегияның бір бөлігі болуы мүмкін. Қауіптер анықталғаннан кейін стратегия олардың әсерін азайту шараларын қамтуы мүмкін. Мысалы, егер туристік компания заңнамадағы өзгерістердің қаупіне тап болса, ол жаңа талаптарға сәйкес жұмыс істей алады және ықтимал теріс салдарды азайту үшін дағдарыс жоспарларын жасай алады.

Стратегияларды әзірлеп қана қоймай, олардың тиімділігін жүйелі түрде бақылап, бағалау маңызды. Нарық динамикасы мен компания ішіндегі өзгерістерді ескере отырып, стратегияларды жүйелі түрде шолулар мен түзетулер қажет болуы мүмкін.

Нәтижесінде, стратегияларды әзірлеу үшін SWOT талдау нәтижелерін пайдалану туристік компанияларға саладағы өзгерістерге бейімделуге, бәсекелестік артықшылықты құруға және табысты дамуға қол жеткізуге мүмкіндік береді. Бұл процесс компанияларға олар жұмыс істейтін ортаны жақсы түсінуге және мақсаттарына жетудің ең жақсы жолдарын анықтауға көмектеседі.

Әртүрлі уақыт кезеңіндегі мәліметтерді салыстыру туризмнің даму тенденцияларын анықтауға мүмкіндік береді. Атап айтқанда, келесі тенденцияларды анықтауға болады:

1 Туристер санының артуы. Соңғы жылдары бүкіл әлем бойынша, оның ішінде Қазақстанда туристер санының тұрақты өсуі байқалады. 2022 жылы Қазақстандағы туристер саны 2021 жылмен салыстырғанда 30%-ға өсті.

2 Туристік нарықтың құрылымын өзгерту. Соңғы жылдары туризм нарығының құрылымында өзгерістер болды. Экологиялық, шаңғы және гастрономиялық сияқты туризмнің жаңа түрлерінің танымалдығы артып келеді. Соңғы жылдары Қазақстанда туризм инфрақұрылымының дамуы байқалады. Жаңа туристік нысандар салынып, туристік қызмет көрсету сапасы артуда.

Әртүрлі уақыт кезеңіндегі мәліметтерді талдау негізінде Қазақстандағы туризм саласы оң бағытта дамып келеді деген қорытынды жасауға болады. Дегенмен, саланы одан әрі дамыту үшін бірқатар міндеттерді шешу қажет, мысалы: туристік ресурстардың республика бойынша біркелкі бөлінбеуі, туристік инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы және туристік қызметтердің жоғары бағасы. Қазақстанның туристік ресурстары республика бойынша біркелкі таралмаған, бұл шалғай аймақтардағы туризмнің дамуын қиындатады. Қазақстанның кейбір аймақтарында туризм инфрақұрылымы

дамымаған, бұл туристер үшін бұл аймақтардың тартымдылығын төмендетеді. Қазақстандағы туристік қызметтердің бағасы кейбір жағдайлар басқа елдерге қарағанда жоғары. Бұл да Қазақстанның туристер үшін тартымдылығын төмендетеді.

Материалдар мен әдістер.

Зерттеуде әртүрлі әдістер мен тәсілдер қолданылады. Пайдалы болуы мүмкін әдістердің кейбірі: статистикалық деректерді талдау, SWOT талдау, инновациялық талдау.

Саланың ағымдағы жағдайын талдау үшін келушілер деректері, туризм кірісі, нарық құрылымы және т.б. сияқты туризм статистикасын пайдалану қажет. Туризм индустриясының күшті және әлсіз жақтарын, мүмкіндіктері мен қауіп-қатерлерін талдау SWOT талдау әдісін қолдану арқылы жүзеге асырылады. Туризмнің дамуына әсер ете алатын жаңа технологиялар мен инновациялық тәсілдерді зерттеу инновациялық талдау әдісін қолдану арқылы жүзеге асырылады.

Нәтижелер мен талқылау

Қазіргі әлемде туризм индустриясы көптеген елдердің экономикалық және әлеуметтік-мәдени дамуында шешуші рөл атқарады. Жаңа технологиялардың, әлеуметтік тенденциялардың және тұтынушылардың мінез-құлқындағы өзгерістердің пайда болуымен туристік бизнес тұрақты эволюцияның субъектісіне айналды. Өнеркәсіп тұрақты талдауды, инновацияны және бейімделуді қажет ететін өте серпінді және бәсекеге қабілетті болды.

Біздің заманымызда туристік бизнес қызметінің дамуы тек тұтынушылық базаны ғана емес, сонымен қатар туристік нарыққа әсер ететін кең ауқымды факторларды терең түсінуді талап етеді. Зерттеулер мен талдаулардың жаңа көкжиектері ашылып, жыл сайын заманауи теориялар мен практикалық әдістер байып, осы серпінді бизнес саласын тереңірек түсінуге ықпал етуде.

Қорытынды.

Туристік бизнес қызметінің дамуын түсінудің заманауи теориялары мен практикалық әдістерін талдау негізінде келесі қорытындыларды жасауға болады:

1 Мақала авторлары қазіргі теорияларға егжей-тегжейлі талдау жасап, оларды туризм индустриясына қалай қолдануға болатынын зерттеді. Бұл ауқымды талдау саланың қазіргі жағдайын түсініп қана қоймай, жақсарту мен инновация мүмкіндіктерін анықтауға мүмкіндік береді. Туристік бизнес қызметтерін тиімдірек басқаруға көмектесетін практикалық әдістер мен құралдарға баса назар аударылады, соның ішінде нарықты зерттеу, тәуекелдерді басқару, операцияларды оңтайландыру және маркетингтік стратегияларды әзірлеу.

2 Сандық технологиялардың әсері, экологиялық мәселелер және тұтынушылардың қалауларының өзгеруі сияқты туристік индустриядағы кәсіпкерлер мен менеджерлер тап болатын заманауи міндеттер де олардың туристік бизнес қызметтерін дамытуға әсері контекстінде қарастырылды. сандық технологиялардың әсері, экологиялық аспектілер және тұтынушылардың қалауларының өзгеруі сияқты өзекті мәселелерге. Бұл факторлар туристік бизнес қызметтерін табысты дамыту үшін барған сайын маңызды бола түсуде және зерттеу салада жұмыс істейтіндер үшін құнды ұсыныстар береді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ДЕРЕКТЕР ТІЗІМІ

1 **Вуколов, В. Н.** Третий этап исследования по проекту «Саумал-тур» : итоги и перспективы [Текст] Вестник университета Туран. – 2018. – № 4(80). – С. 136-141.

2 **Минчев, Н. Г.** Современный туристический предпринимательский бизнес [Текст] // Научные горизонты. – 2019. – № 1(17). – С. 111–118.

3 **Грузина, А. Е.** Направления и перспективы развития гостиничного рынка Г. О. Тольятти [Текст] // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2018. – № 1(51). – С. 66–70.

4 **Бунько, С. А.** Учет теории поколений при планировании развития туристической отрасли Беларуси [Текст] // Экономическая наука сегодня. – 2019. – № 10. – С. 117-124.

5 **Шаекина, Ж. М.** Формирование конкурентоспособности туристических услуг [Текст] // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 6. – С. 115–121.

6 **Уайсова, А.** Сакральный туризм в индустрии гостеприимства Казахстана [Текст] // Central Asian Economic Review. – 2020. – № 3(132). – С. 152–164.

7 **Лутфуллаева, Р. А.** Развитие инновационного сервиса как основа устойчивого развития индустрии туризма [Текст] // Qazaqtaný. – 2023. – No. 2(18). – P. 124–131.

8 **Глюбаева, А.** Сельский туризм в Акмолинской области Казахстана: роль в развитии сельских территорий [Текст] // Проблемы Агрмаркета. – 2022. – № 4. – С. 61–69.

9 **Мамраева, Д. Г.** Развитие активных видов туризма в Казахстане теоретический аспект и практические рекомендации. [Текст] // естник Карагандинского университета. Эконом-серия. – 2018. – № 2. – P. 36–46.

10 **Садуов, А. Ж.** Территориальные особенности развития туризма в Республике Казахстан [Текст] // Вестник Карагандинского университета. Эконом Серия. – 2019. – № 3. – С. 22-30.

11 **Алексеев, Т. Н.** Стратегии эффективного развития туристической отрасли Казахстана в постпандемический период [Текст] // Актуальные вопросы современной экономики. – 2022. – № 12. – С. 300–306.

REFERENCES

1 **Vukolov, V. N.** Tretii etap issledovaniya po proektu «Saumal-tur»: itogi b perspektivy [The Third Stage of Research on the «Saumal-Tour» Project : Results and Prospects] [Text] Vestnik universiteta Turan//. – 2018. – No. 4(80). – P. 136-141.

2 **Minchev, N. G.** Sovremenniy turistscheskii predprinimatelskii biznes [Modern Tourism Entrepreneurship] [Text] // Scientific Horizons. – 2019. – No. 1(17). – P. 111–118.

3 **Gruzina, A. E.** Napravleniya i perspektivy razvitiya gostinichnogo rynka [Directions and Prospects of the Hotel Market Development in Tolyatti] [Text] // Bulletin of the Volga State University of Service. Series: Economics. – 2018. – No. 1(51). – P. 66–70.

4 **Bunko, S. A.** Uchet teorii pokolenii pri planirovani razvitiya gostinichnogo rynka [Taking Generational Theory into Account in Planning the Development of the Belarusian Tourism Industry] [Text] // Economics Today. – 2019. – No. 10. – P. 117–124.

5 **Shayekina, Z. M.** Formirovanie konkurentsposobnosti turistscheskix uslug [Formation of the Competitiveness of Tourism Services] [Text] // Marketing in Russia and Abroad. – 2011. – No. 6. – P. 115–121.

6 **Uaisova, A.** Sakralnyi turizm v industrii gostepimstva Kazaxstan [Sacred Tourism in the Hospitality Industry of Kazakhstan] [Text] // Central Asian Economic Review. – 2020. – No. 3(132). – P. 152–164.

7 **Lutfullaeva, R. A.** Razvitie innovatsionnoi servisa kak osnova ustoichogo razvitiya industrii turizma [Development of Innovative Services as the Basis for Sustainable Tourism Industry Development] [Text] // Qazaqtany. – 2023. – No. 2(18). – P. 124–131.

8 **Pleubayeva, A.** Sel'skiy turizm v Akmolinskoy oblasti Kazakhstana: rol' v razviti sel'skikh territoriy [Rural tourism in the Akmola region of Kazakhstan: role in the development of rural areas] [Text] // Problems of AgriMarket. – 2022. – No. 4. – P. 61–69.

9 **Mamrayeva, D. G.** Razvitiye aktivnykh vidov turizma v Kazakhstane : teoreticheskiy aspekt i prakticheskiye rekomendatsii. [The development of active types of tourism in Kazakhstan: theoretical aspect and practical guidelines] [Text] // Bulletin of Karaganda University. Economy Series. – 2018. – No. 2. – P. 36–46.

10 **Saduov, A. Zh.** Territorial'nyye osobennosti razvitiya turizma v Respublike Kazakhstan [Territorial peculiarities of development of tourism in the Republic of Kazakhstan] [Text] // Bulletin of Karaganda University. Economy Series. – 2019. – No. 3. – P. 22–30.

11 **Alekseyenko, T. N.** Strategii effektivnogo razvitiya turisticheskoy otrasli Kazakhstana v postpandemicheskiy period [Strategies for the effective development of the tourism industry of Kazakhstan in the post-pandemic period] [Text] // Actual Issues of the Modern Economy. – 2022. – No. 12. – P. 300–306.

Басып шығаруға 30.11.23 қабылданды.

*Д. А. Рахметова¹, А. А. Нурғалиева², Г. С. Мукина³, Г. К. Байбашева⁴,
Н. М. Шеримова⁵*

^{1,2,3}Торайгыров университет, Республика Казахстан, г. Павлодар

^{4,5}Международный университет Астана, Республика Казахстан, г. Астана

Принято к изданию 30.11.23.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ И ПРАКТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ПОНИМАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ БИЗНЕС-УСЛУГ

В статье рассматриваются современные теории и практические методы, используемые для анализа и понимания развития туристических бизнес-услуг. Авторы освещают современные подходы к изучению данной отрасли, выделяя ключевые факторы, влияющие на ее динамику и эффективность. В статье анализируются современные теории, которые используются для объяснения и прогнозирования развития туристической отрасли. Целью данной статьи является обзор современных теорий и методов, используемых для анализа и понимания развития туристических бизнес-услуг. Авторы предлагают современные проблемы и тенденции, с которыми сталкиваются предприниматели и менеджеры в сфере туризма, такие как влияние цифровых технологий, экологические проблемы и изменение потребительских предпочтений. На основе анализа услуг туристического бизнеса авторы дают рекомендации и выводы, которые могут быть полезны специалистам сферы туризма и

гостеприимства, а также исследователям, интересующимся данной темой. В статье представлен ценный обзор современных теорий и методов, которые помогают понять и адаптироваться к быстро меняющейся среде туристических бизнес-услуг.

Ключевые слова: теории, методы, бизнес-услуги, туризм, вызовы, тенденции

**D. A. Rakhmetova¹, A. A. Nurgalieva², G. S. Mukina³, G. K. Baibasheva⁴, N. M. Sherimova⁵*

^{1,2,3}Toraighyrov University, Republic of Kazakhstan, Pavlodar

^{4,5}Astana International University, Republic of Kazakhstan, Astana

Accepted for publication on 30.11.23

MODERN THEORIES AND PRACTICAL METHODS FOR UNDERSTANDING THE DEVELOPMENT OF TOURIST BUSINESS SERVICES

The article examines modern theories and practical methods used to analyze and understand the development of tourism business services. The authors highlight current approaches to the study of this industry, highlighting the key factors influencing its dynamics and efficiency. The article analyzes modern theories that are used to explain and predict the development of the tourism industry. The purpose of this article is to review contemporary theories and methods used to analyze and understand the development of tourism business services. The authors propose contemporary challenges and trends facing entrepreneurs and managers in the tourism industry, such as the impact of digital technologies, environmental issues and changing consumer preferences. Based on the analysis of tourism business services, the authors provide recommendations and conclusions that may be useful for tourism and hospitality professionals, as well as researchers interested in this topic. The article provides a valuable overview of current theories and methods that help understand and adapt to the rapidly changing environment of travel business services

Keywords: theories, methods, business services, tourism, challenges, trends

Теруге 29.11.2023 ж. жіберілді. Басуға 29.12.2023 ж. қол қойылды.

Электронды баспа

2.86 Мб RAM

Шартты баспа табағы 9,15

Таралымы 300 дана. Бағасы келісім бойынша.

Компьютерде беттеген: А. К. Мыржикова

Корректор: А. Р. Омарова, Д. А. Кожас

Тапсырыс № 4164

Сдано в набор 29.11.2023 г. Подписано в печать 29.12.2023 г.

Электронное издание

2.86 Мб RAM

Усл.п.л. 9,15. Тираж 300 экз. Цена договорная.

Компьютерная верстка: А. К. Мыржикова

Корректор: А. Р. Омарова, Д. А. Кожас

Заказ № 4164

«Toraighyrov University» баспасынан басылып шығарылған

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

«Toraighyrov University» баспасы

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

8 (7182) 67-36-69

e-mail: kereku@tou.edu.kz

www.vestnik.tou.edu.kz

www.vestnik-economic.tou.edu.kz